

BAB II

BIAYA KUALITAS

2.1. Kualitas

Kualitas merupakan faktor yang penting di dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Sejalan dengan kenaikan pendapatan dan pendidikan masyarakat, kesadaran konsumen dalam memilih produk yang berkualitas sesuai keinginannya, baik dari segi harga, kegunaan dan fungsi menjadi lebih teliti dan cermat. Konsumen akan membandingkan barang yang sejenis untuk memperoleh kualitas yang terbaik barang tersebut dari perusahaan yang berbeda.

Dengan semakin terbukanya pasar dan meningkatnya jumlah pelaku bisnis dalam pasar, konsumen dalam membeli barang semakin menuntut kualitas yang tinggi. Oleh sebab itu, keberhasilan perusahaan untuk tetap bertahan dan bersaing bahkan berkembang, tergantung dari bagaimana dapat memanfaatkan sumber-sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien untuk menciptakan produk atau jasa yang berkualitas.

2.2. Definisi Kualitas

Dalam hal ini akan dijelaskan arti dari kualitas dengan beberapa pengertian sebagai berikut :

- a. A.V. Feigenbaum (1989: 7) mendefinisikan kualitas dari produk dan jasa sebagai keseluruhan gabungan karakteristik produk dan jasa dari

- pemasaran, rekayasa, penciptaan, dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa memenuhi harapan-harapan pelanggan.
- b. Hansen dan Mowen (2000: 433) mendefinisikan kualitas produk dan jasa sebagai sesuatu yang mampu memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan
 - c. Menurut Joseph M. Juran (1995: 16-17), kualitas mempunyai dua definisi, yaitu keistimewaan produk yang memenuhi kebutuhan para konsumen dan bebas defisiensi. Keistimewaan produk ini berdampak pada penjualan, biasanya semakin tinggi kualitas akan semakin mahal harganya. Sedangkan bebas dari defisiensi berdampak kepada biaya, biasanya semakin tinggi kualitas akan semakin rendah biaya.
 - d. Menurut Goetsch dan Davis (Tjiptono dan Diana, 1996: 4), kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.
 - e. Menurut Philip Crosby (Adnan dan Subandi, 2000: 13), kualitas ialah kesesuaian suatu produk dengan persyaratan yang diajukan oleh para pelanggan.
 - f. Menurut Shigeru Mizuno (1994: 6), kualitas adalah sifat-sifat yang mencirikan ketepatan produk tersebut untuk digunakan.
 - g. Menurut Edwards Deming (Adnan dan Subandi, 2001: 10), kualitas adalah suatu tingkat yang dapat diperkirakan, keseragaman dan dapat

diandalkannya suatu produk pada harga yang rendah dan sesuai dengan pasar.

2.3. Sifat–Sifat Kualitas

Pada dasarnya kualitas merupakan suatu faktor mendasar yang mempengaruhi pilihan konsumen untuk berbagai jenis produk dan jasa. Kualitas telah menjadi kekuatan penting yang menghasilkan keunggulan bersaing, baik di pasar nasional maupun internasional.

Kualitas suatu produk didefinisikan sebagai sifat yang mencirikan ketepatan produk yang digunakan. Hal ini berarti sebuah produk dianggap berkualitas atau tidak tergantung kepada apakah produk tersebut dapat menjalankan fungsinya atau tidak. Konsumen menginginkan suatu produk yang berfungsi baik dan memenuhi kebutuhan mereka. Oleh karena itu, kualitas yang dilihat dari sudut pandang pelanggan adalah yang paling banyak diterima. Adapun sifat-sifat fungsi yang digunakan untuk menilai kualitas produk yang disebut sifat kualitas.

Alternatif lain yang digunakan untuk mengukur kualitas adalah sifat pengganti, dimana sifat pengganti ini juga mencerminkan tuntutan-tuntutan konsumen. Unsur-unsur kualitas produk yang diterapkan sebagai sifat pengganti (Mizuno, 1994: 6-8) adalah :

a. Harga yang wajar

Sebuah produk tidak perlu secara mutlak kualitasnya baik, yang terpenting adalah bahwa produk itu memenuhi kebutuhan konsumen.

Karena selain sifat fisik konsumen juga mencari harga yang wajar, sehingga produsen perlu memperhatikan harga produk tersebut.

b. Ekonomis

Konsumen mencari sifat ekonomis seperti kebutuhan energi sekecil mungkin, kemungkinan rusak sedikit mungkin dan penggunaan yang luas.

c. Awet

Konsumen mengharapkan agar produk terbuat dari bahan yang awet dan tahan terhadap perubahan yang drastis sepanjang waktu.

d. Aman

Sebuah produk diharapkan aman penggunaannya dan tidak berbahaya bagi kehidupan.

e. Mudah digunakan

Sebuah produk dirancang untuk rata-rata konsumen pada umumnya, tanpa memerlukan pelatihan khusus terlebih dahulu untuk dapat menggunakannya. Konsumen berharap dapat menggunakan produk dengan segera, terus-menerus dan tanpa kesulitan, serta diharapkan bahwa akan ada tanda-tanda bahaya sebelum timbul kesulitan.

f. Mudah dibuat

Sebuah produk harus terbuat dari bahan-bahan yang mudah diperoleh dan mudah disimpan, serta pamanufakturannya harus memerlukan proses dan ketrampilan sesedikit mungkin.

g. Mudah dibuang

Populasi manusia yang semakin padat dari waktu ke waktu, sebuah produk yang habis kegunaannya diharapkan bisa dibuang begitu saja dengan mudah. Produk yang sudah tidak berguna terbukti akan dapat mengganggu dan terkadang merugikan. Sifat produk mudah dibuang ini bukan berarti dibuang di sembarang tempat, tetapi dibuang pada tempatnya dan dapat di daur ulang untuk menghindari pencemaran lingkungan.

Unsur kualitas dalam sebuah produk yang unggul adalah sebagai berikut :

1. Desain yang bagus

Desain harus orisinal dan harus memikat cita rasa konsumen.

2. Keunggulan dalam persaingan

Sebuah produk harus unggul, baik dalam fungsi maupun desainnya, dibandingkan produk-produk lain yang sejenis.

3. Daya tarik fisik

Sebuah produk yang dihasilkan seharusnya mampu menarik panca indera para konsumen.

4. Berbeda dan Asli

Konsumen menginginkan barang yang dibelinya tidak akan sama persis seperti yang dimiliki orang lain.

2.4. Dimensi Kualitas

Ada delapan dimensi kualitas yang dikembangkan Garvin yang dapat dipergunakan sebagai kerangka perencanaan strategis dan analisis, terutama untuk produk manufaktur. Dimensi-dimensi tersebut (Tjiptono dan Diana, 1996: 27) :

1. Kinerja (*performance*)

Merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti.

2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*)

Yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.

3. Keandalan (*reliability*)

Yaitu kemungkinan kecil mengalami kerusakan atau gagal dipakai.

4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*)

Sejauhmana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

5. Daya tahan (*durability*)

Berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan

6. Kemudahan perawatan dan perbaikan (*serviceability*)

Meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah di reparasi, dan penanganan keluhan yang memuaskan.

7. Estetika (*aesthetics*)

Merupakan daya tarik produk terhadap panca indera.

8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*)

Adalah citra dan reputasi produk, serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

2.5. Produk Cacat

Produk cacat adalah produk yang tidak sesuai dengan spesifikasinya. Cacat nol (*zero defect*) berarti semua produk yang diproduksi sesuai dengan spesifikasinya. Dimana batasan-batasan kesesuaian suatu produk tertentu terhadap spesifikasi berbeda antar produk satu dengan yang lain. Karakteristik spesifikasi atau mutu suatu produk yang dianggap sesuai ditentukan dengan suatu rentang nilai kualitas dengan batas maksimum dan minimum. Rentang nilai tersebut memberikan spesifikasi pada suatu produk dianggap memenuhi batas dikatakan sebagai produk tanpa cacat (*non defective*).

2.6. Faktor Dasar yang Mempengaruhi Kualitas

Secara langsung kualitas dari produk dan jasa dipengaruhi oleh sembilan faktor (Feigenbaum, 1989: 54-56), yaitu :

1. *Market* (Pasar)

Akibat dari perubahan permintaan konsumen akan barang-barang yang lebih baik kualitasnya dan lebih beranekaragam, luas lingkup pasar berubah menjadi bersifat internasional dan secara fungsional lebih terspesialisasi.

desain adalah sasaran perusahaan yang ingin dicapai dan dirumuskan menurut tingkatan dengan menggabungkan unsur teknologi dengan kebutuhan konsumen. Pada umumnya, semakin canggih kualitas desain akan semakin tinggi biaya produksinya.

2. Kualitas Konformasi

Adalah kualitas yang dihasilkan karena produk dibuat sesuai dengan standar kualitas tertentu.

Kualitas konformasi ini sebagai nilai aktual yang mengukur tingkat kesesuaian produk dengan kualitas desainnya. Jika kualitas produk tidak sesuai, penyebabnya harus ditemukan dalam proses produksi. Dan apabila kualitas konformasinya jelek karena kegagalan pada standar kerja tertentu perlu diselidiki mengapa standar kerja tidak diikuti. Kualitas konformasi dapat menjadi alat untuk menelusuri apakah standar kerja berjalan atau standar kerja perlu diubah.

2.8. Pengertian dan Klasifikasi Biaya Kualitas

Menurut Supriyono (2002: 379) bahwa biaya kualitas adalah biaya yang terjadi atau mungkin terjadi karena kualitas yang buruk. Terdapat beberapa alasan mengapa biaya kualitas harus diperhatikan secara tegas dalam suatu perusahaan (Gasperz, 1997: 168) :

- a. Mengkuantifikasi ukuran kualitas ke dalam bahasa uang sehingga meningkatkan komunikasi diantara manajer menengah dan manajer puncak.

- b. Kesempatan utama untuk reduksi biaya dapat diidentifikasi.
- c. Kesempatan untuk mengurangi ketidakpuasan para pelanggan dan ancaman-ancaman yang berkaitan dengan produk yang dipasarkan dapat diidentifikasi.

Biaya kualitas yang terlalu tinggi menyebabkan biaya untuk menghasilkan produk tinggi, sehingga produk menjadi tidak kompetitif. Apabila hal ini terjadi dalam jangka waktu panjang, dapat menurunkan produktivitas dan kemampuan kompetitif perusahaan. Biaya kualitas yang terlalu tinggi juga menunjukkan ketidakefisienan dari manajemen dalam mengelola perusahaan.

Menurut Hansen dan Mowen (2000:435), biaya kualitas dapat diklasifikasikan ke dalam empat kategori, yaitu :

1. Biaya pencegahan (*Prevention Costs*) adalah biaya untuk mencegah terjadinya kualitas yang jelek pada produk yang dihasilkan.
2. Biaya penilaian (*Appraisal Costs*) adalah biaya yang terjadi untuk menentukan apakah produk yang dihasilkan telah sesuai dengan persyaratan dan kebutuhan pelanggan.
3. Biaya kegagalan internal (*Internal Failure Costs*) adalah biaya yang terjadi karena produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan spesifikasi dan kebutuhan pelanggan sebelum dikirim kepada pelanggan.
4. Biaya kegagalan eksternal (*External Failure Costs*) adalah biaya yang terjadi karena produk yang dihasilkan gagal memenuhi persyaratan dan kebutuhan pelanggan setelah barang dikirim ke pelanggan.

Dalam gambar 2.1. di bawah ini merupakan contoh biaya kualitas menurut kategori.

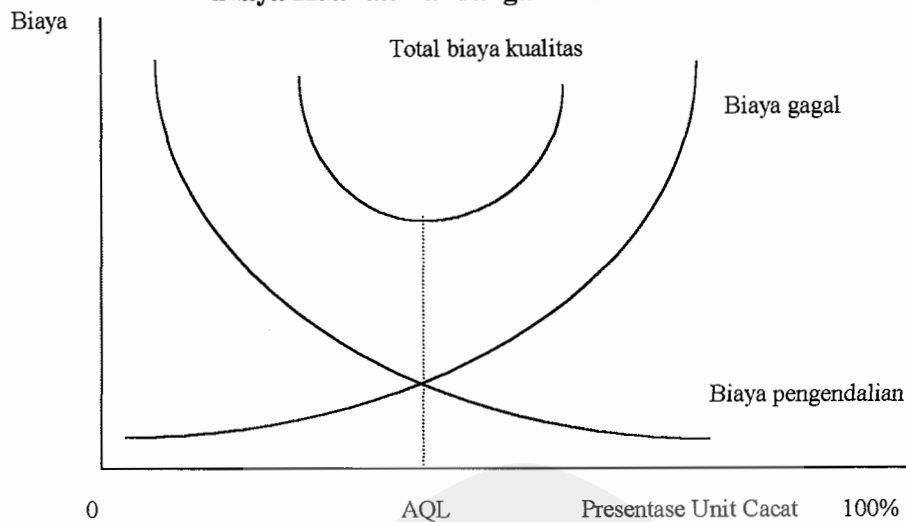
Gambar 2.1
Biaya Kualitas Menurut Kategori

Biaya Pencegahan Perekayasaan mutu Pelatihan mutu Audit mutu Penelaahan rancangan Daur mutu Verifikasi pemasok	Biaya Penilaian Inspeksi bahan Penerimaan produk Penerimaan proses Pengujian lapangan
Biaya Kegagalan Internal Sisa bahan Pengerjaan kembali <i>Downtime</i> Inspeksi kembali Pengujian Kembali Perubahan rencana	Biaya Kegagalan Eksternal Kehilangan penjualan Kembalian Garansi atau jaminan Perbaikan Penggantian produk Penyesuaian keluhan

2.9. Distribusi Optimal Biaya Kualitas : Pandangan Tradisional

Pandangan tradisional mengenai kualitas mengasumsikan bahwa terdapat *trade-off* antara biaya pengendalian dan biaya kegagalan. Ketika biaya pengendalian meningkat, biaya kegagalan seharusnya turun. Selama penurunan biaya kegagalan lebih besar dari kenaikan biaya pengendalian, perusahaan harus terus meningkatkan usahanya untuk mencegah ataupun mendeteksi unit-unit cacat. Pada akhirnya, akan dicapai suatu titik yang menunjukkan keseimbangan antara peningkatan biaya pengendalian dan peningkatan biaya kegagalan. Titik ini menggambarkan tingkat minimum total biaya kualitas, merupakan saldo optimal antara biaya pengendalian dan biaya kegagalan. Titik ini disebut juga sebagai tingkat mutu yang dapat diterima (*acceptable quality level* – AQL).

Gambar 2.2
Biaya Kualitas Pandangan Tradisional

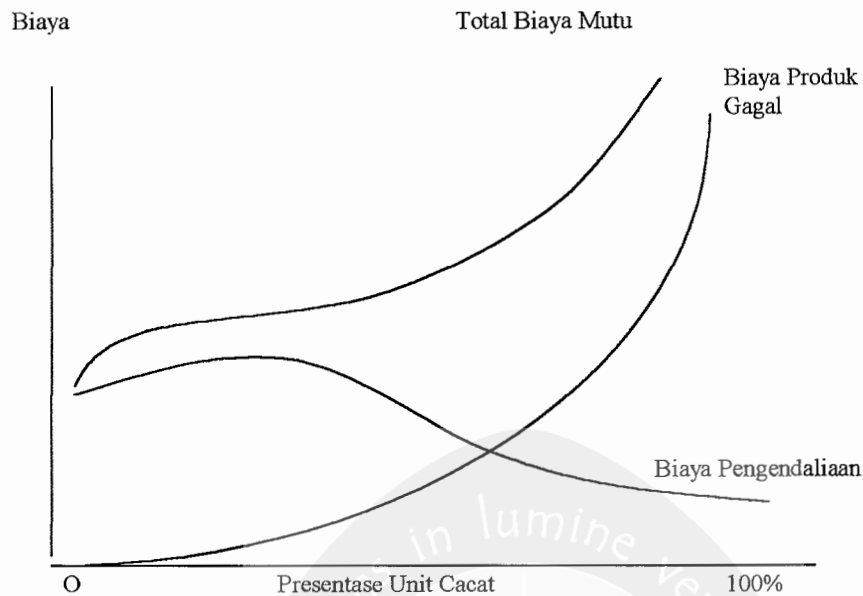


Sumber : Hansen dan Mowen, 2000 : 439.

2.10. Distribusi Optimal Biaya Kualitas: Pandangan Kontemporer

Pandangan kontemporer ini mengasumsikan bahwa tingkat optimal biaya kualitas terjadi apabila tidak ada produk yang rusak (*zero defects*). Penemuan *trade-off* di antara berbagai kategori biaya kualitas menurut pandangan tradisional bisa dikelola secara berbeda dalam pandangan kontemporer. Pertama, biaya pengendalian tidak meningkat tanpa batas ketika mendekati kondisi tanpa cacat kaku. Kedua, biaya pengendalian dapat naik dan kemudian turun ketika mendekati kondisi tanpa cacat kaku. Ketiga, biaya kegagalan dapat ditekan menjadi nol. Gambar 2.3 di bawah ini akan memberikan ilustrasi teoritisnya.

Gambar 2.3
Biaya Kualitas Pandangan Kontemporer



Sumber : Hansen dan Mowen, 2000 : 441.

2.11. Pelaporan Biaya Kualitas

Sistem pelaporan biaya kualitas berguna untuk memperbaiki dan mempermudah perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan manajerial. Signifikansi keuangan biaya kualitas dapat lebih mudah dinilai dengan menyatakan biaya kualitas sebagai persentase dari penjualan yang aktual. Pencatatan secara terperinci biaya kualitas memungkinkan manajer menilai dampak keuangan perubahan pola biaya kualitas dalam setiap kategori, dan menilai kepentingan relatif setiap kategori. Pada tabel 2.1 di bawah ini akan digambarkan contoh mengenai laporan biaya kualitas.

Tabel 2.1
Laporan Biaya Kualitas

Jensen Products			
Laporan Biaya Kualitas			
Untuk Tahun yang Berakhir 31 Maret 1998			
	Biaya Kualitas		% dari Penjualan ^a
Biaya Pencegahan			
Pelatihan mutu	\$ 35.000		
Reliabilitas mesin	80.000	\$ 115.000	4,11
Biaya Penilaian			
Pemeriksaan bahan	\$ 20.000		
Penilaian produk	10.000		
Penilaian proses	38.000	68.000	2,43
Biaya produk gagal internal			
Sisa bahan	\$ 50.000		
Pengerjaan ulang	35.000	35.000	
Biaya produk gagal eksternal			
Keluhan pelanggan	\$ 25.000		
Jaminan	25.000		
Reparasi	15.000	65.000	2,32
Total biaya kualitas		\$ 333.000	11,9^b

^a Penjualan aktual \$ 2.800.00

^b \$ 333.000 / \$ 2.800.000 = 11,9%

Sumber : Hansen dan Mowen, 2000 : 438.

2.12. Jenis-Jenis Laporan Kinerja Kualitas

Laporan kinerja kualitas harus mengukur realisasi kemajuan atau perkembangan program penyempurnaan kualitas dalam suatu organisasi. Empat jenis kemajuan yang dapat diukur dan dilaporkan adalah sebagai berikut Supriyono (2002: 429) :

a. Laporan standar interim

Laporan ini menunjukkan kemajuan yang berhubungan dengan standar atau sasaran periode sekarang.

b. Laporan trend satu periode

Laporan ini menunjukkan kemajuan yang berhubungan dengan kinerja kualitas tahun terakhir.

c. Laporan trend periode ganda

Laporan ini menunjukkan kemajuan dari sejak awal mula program penyempurnaan kualitas.

d. Laporan jangka panjang

Laporan ini menunjukkan kemajuan yang berhubungan dengan standar atau sasaran jangka panjang.

2.13. Pengertian Produktivitas

Produktivitas berkaitan erat dengan memproduksi keluaran secara efisien dan khususnya ditujukan pada hubungan keluaran dengan masukan yang digunakan untuk memproduksi keluaran tersebut (Supriyono, 2002: 414). Biasanya perbedaan kombinasi atau bauran masukan dipergunakan untuk menghasilkan tingkat keluaran tertentu. Efisiensi produktif total adalah titik yang memenuhi dua kondisi yang memuaskan, yaitu :

- a. Untuk setiap bauran masukan tertentu dapat menghasilkan keluaran dalam jumlah tertentu, dalam arti tidak ada kelebihan pemakaian masukan untuk menghasilkan keluaran tersebut, meskipun mungkin hanya satu unit. Kondisi ini berhubungan dengan teknis maka disebut efisiensi teknis

- b. Dengan menggunakan bauran masukan tertentu yang memuaskan sebagaimana kondisi pertama, maka bauran dengan biaya paling rendah yang dipilih. Kondisi ini berhubungan relatif dengan harga masukan yang disebut efisiensi harga.

2.14. Pengukuran Produktivitas Parsial

Produktivitas parsial adalah pengukuran produktivitas untuk satu masukan dalam jangka waktu tertentu (Supriyono, 2002 : 417). Tingkat produktivitas masukan tunggal biasanya diukur dengan menghitung rasio keluaran terhadap masukan.

$$\text{Rasio produktivitas} = \text{Keluaran} : \text{Masukan}$$

Ukuran-ukuran parsial sebagai ukuran produktivitas mempunyai beberapa keunggulan sebagai berikut :

- Memungkinkan manajer untuk memusatkan pada penggunaan masukan tertentu.
- Ukuran operasional parsial lebih mudah dipergunakan untuk menilai kinerja produktivitas karyawan operasional.
- Untuk kepentingan pengendalian operasional yang seringkali standar kinerja yang digunakan bersifat jangka pendek.
- Dengan menggunakan standar parsial, trend produktivitas dalam satu tahun dapat ditelusuri.

Kelemahan ukuran parsial ialah :

- a. Ukuran parsial yang digunakan secara terpisah atau tidak dihubungkan dengan ukuran-ukuran lainnya, sehingga dapat menyesatkan.
- b. Penurunan produktivitas salah satu jenis masukan mungkin diperlukan untuk meningkatkan produktivitas masukan lainnya.

2.15. Pengukuran Produktivitas Berkait Laba

Menilai pengaruh perubahan produktivitas terhadap laba berjalan merupakan salah satu cara untuk menilai perubahan produktivitas. Laba berubah dari periode dasar ke periode berjalan. Beberapa perubahan laba tersebut disebabkan oleh perubahan produktivitas. Pengukuran jumlah perubahan laba yang diakibatkan oleh perubahan produktivitas disebut dengan pengukuran produktivitas berkait laba. Tahap-tahap pengukuran ialah (Hansen dan Mowen, 2000: 451-454) :

1. Menghitung jumlah input tanpa perubahan produktivitas (PQ) dengan rumus :

$$PQ = \text{Output berjalan} : \text{Rasio produktivitas periode dasar}$$

2. Menghitung total biaya PQ dengan rumus :

$$\text{Biaya PQ} = \Sigma (PQ \times P)$$

3. Menghitung total biaya periode berjalan dengan rumus :

$$\text{Total biaya periode berjalan} = \Sigma (AQ \times P)$$

4. Menghitung dampak produktivitas berkait laba dengan rumus :

$$DPBL = \text{Total biaya PQ} - \text{Total biaya periode berjalan}$$

2.16. Hubungan Kualitas dan Produktivitas

Perbaikan kualitas dapat meningkatkan produktivitas ataupun sebaliknya. Sebagai contoh, apabila pengulangan kerja berkurang karena menurunnya unit produk cacat, maka lebih sedikit tenaga kerja dan bahan baku yang digunakan untuk menghasilkan output yang sama. Penurunan jumlah unit cacat memperbaiki kualitas, sementara pengurangan jumlah input yang digunakan meningkatkan produktivitas.

Sebagian besar perbaikan kualitas mengurangi jumlah sumber daya yang digunakan untuk memproduksi dan menjual output perusahaan, maka kebanyakan perbaikan kualitas akan dapat meningkatkan produktivitas. Jadi, perbaikan kualitas secara umum tercermin pada ukuran produktivitas. Namun ada cara lain untuk meningkatkan produktivitas, misalnya sebuah perusahaan bisa saja memproduksi barang dengan sedikit atau tanpa produk cacat tetapi masih menjalankan proses yang tidak efisien.